

Korrekte Online-Daten maßgeblich



Bewertungen anderer Gäste haben einen großen Einfluss auf die Restaurantwahl, zeigte nun die repräsentative Studie von Yext / Motivbild: www.pixabay.com

Die Online-Suche erlebt einen massiven Wandel ? Nutzer suchen nicht mehr nur mit einzelnen Stichworten, sondern stellen konkrete Fragen ? und erwarten Antworten. Vor diesem Hintergrund hat Yext eine repräsentative Umfrage mit rund 1.000 Konsumenten in Deutschland zur Suche nach Restaurants, Cafés und Bäckereien durchgeführt.

Demnach suchen rund 42 Prozent der Befragten mindestens einmal pro Woche online nach einem Restaurant, einem Imbiss, einem Café oder einer Bäckerei. Dazu nutzen sie primär Suchmaschinen (81,7 Prozent), Navigationsdienstleister (43,5 Prozent) und die Website der Unternehmen (34,9 Prozent). Dass nur noch rund ein Drittel sich direkt an die Unternehmenswebsite wendet, zeigt: Der Großteil der Nutzer holt sich Informationen von Drittquellen ein. Diese Vielfalt an Anlaufstationen macht klar: Wer nur auf einer Plattform präsent ist, wird weniger oft online gefunden.

Auf der Suche nach dem richtigen Ort für das nächste Date oder einen schnellen Happen zwischendurch suchen rund zwei Drittel (65,9 Prozent) der Umfrageteilnehmer nach den Öffnungszeiten und dem Standort (65,8 Prozent) und über die Hälfte (52,9 Prozent) nach konkreten Speisen wie Pizza oder Burgern. Fehlen diese Informationen oder sind sie fehlerhaft, ist die Reputation dieser Betriebe bedroht. Zudem nehmen sie den Verlust von Kundschaft in Kauf. ?Konsumenten erwarten richtige Antworten auf ihre Fragen. Daher müssen Unternehmen dafür Sorge tragen, dass sie diese auch bekommen, denn falsche Informationen vergraulen Kunden. Stehen sie vor verschlossenen Türen, werden sie sich zweimal überlegen, ob sie noch einmal wiederkommen?, sagt Michael Hartwig, Managing

Partner Yext Central Europe. ?Wir glauben, dass Unternehmen selbst die Autorität über ihre Fakten haben müssen. Sie müssen Antworten auf Suchen liefern und das Feld nicht anderen überlassen.?

Haben sich die Suchenden einmal für ein Restaurant entscheiden, gehen über 90 Prozent der Befragten mindestens innerhalb einer Woche in das Restaurant, über 60 Prozent besuchen dieses sogar noch innerhalb eines Tages und mehr als ein Viertel geht sogar innerhalb der nächsten Stunde dorthin. ?Unsere Umfrage zeigt, dass eine Online-Suche nach einem Restaurant häufig auch mit einem konkreten Besuchsvorhaben zusammenhängt. Damit das dann wirklich zu einem Besuch führt, müssen die Informationen zum Unternehmen online unbedingt korrekt sein. Durch unsere Brand-verifizierte Antworten geben wir Restaurant- und Cafébetreibern die Kontrolle über deren Fakten im digitalen Ökosystem zurück?, so Hartwig.

Nutzer vertrauen anderen Nutzern

Für Online-Suchende spielt die Meinung anderer bei der Auswahl des passenden Restaurants eine große Rolle: 73,3 Prozent der Befragten bezeichnen sie mindestens als ?wichtig?. ?Viele Unternehmen sind sich noch nicht bewusst, wie entscheidend der Einfluss von Bewertungen und deren Management auf das eigene Image ist. Direkte Interaktionen mit Nutzern führen sowohl zu einer höheren Auffindbarkeit als auch zu besseren Bewertungen insgesamt ? und das wirkt sich positiv auf Besucherzahlen und Umsatz aus?, erklärt Hartwig.

Nach konkreten Auswahlkriterien gefragt, die für ihre Entscheidung für oder gegen ein Restaurant beziehungsweise Café wichtig sind, gehört für 56 Prozent der Standort zu den drei wichtigsten Kriterien. Das Menü beziehungsweise die Speisenauswahl zählte für 54,6 Prozent zu den drei wichtigsten Kriterien und für 45,4 Prozent lagen Öffnungszeiten unter den ersten drei von neun zur Auswahl gestellten Kriterien.

Unterschiede bei Alter und Geschlecht

Vor allem die jüngere Altersgruppe verlässt sich bei der Suche nach Restaurants und Co. auf Informationen online. Wollen Unternehmen diese Zielgruppe ansprechen, sind korrekte Informationen auf allen relevanten Plattformen zwingend nötig. Denn je jünger die Befragten sind, desto öfter suchen sie online nach Restaurants, Cafés und Bäckereien: Rund 57 Prozent der 18- bis 29-Jährigen suchen mindestens einmal pro Woche nach diesen. Bei den 30- bis 49-Jährigen sind es immerhin noch 42 Prozent und bei den 50- bis 69-Jährigen gerade einmal 27 Prozent.